

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **3.1. Lokasi dan Obyek Penelitian**

Obyek pada penelitian ini adalah toko mas di Pecangaan, Jepara.

**Tabel 3.1. Nama dan Lokasi Toko Mas**

No	Nama Toko Mas	Alamat
1	Toko Mas Onta	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.4
2	Toko Mas Gunung	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.8
3	Toko Mas Gajah	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.10
4	Toko Mas Kuda	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.5
5	Toko Mas Kidang	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No. 1
6	Toko Mas Payung	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.3
7	Toko Mas Murni	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.7
8	Toko Mas Merak	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.2
9	Toko Mas Matahari	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.11
10	Toko Mas Rajawali	Jl. Raya Pasar Pecangaan Kios No.15

Sumber: Data Primer (2016)

##### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan elemen yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pada pra survey yang dilakukan, populasi dalam penelitian ini adalah pemilik toko mas di Jepara dan karyawannya. Populasi dalam penelitian ini meliputi 10 Toko Mas yakni Toko mas Gunung, Toko Mas Onta, Toko Mas Gajah, Toko Mas Kuda, Toko Mas Kidang, Toko Mas Murni, Toko Mas Merak, Toko Mas

Rajawali, Toko Mas Payung, Toko Mas Matahari. Sampel adalah bagian dari populasi (Sugiyono, 2013). Sampel pada penelitian ini adalah 6 orang pemilik toko mas di Pecangaan, Jepara dan masing-masing 2 orang karyawannya.

**Tabel 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Nama Toko Mas	Populasi (jumlah karyawan)	Sampel (karyawan)	Lama berdiri
1	Toko Mas Onta	4	2	20 tahun
2	Toko Mas Gunung	4	2	17 tahun
3	Toko Mas Gajah	3	2	19 tahun
4	Toko Mas Kuda	4	2	24 tahun
5	Toko Mas Kidang	2	2	12 tahun
6	Toko Mas Merak	3	-	1 tahun
7	Toko Mas Rajawali	1	-	3 tahun
8	Toko Mas Payung	2	2	15 tahun
9	Toko Mas Matahari	3	-	4,5 tahun
10	Toko Mas Murni	-	-	15 tahun

Sumber: Data Primer (2016)

Untuk Toko Mas Onta, Gunung, Gajah, Kuda diberikan kuesioner dan wawancara sedangkan untuk Toko Mas Kidang dan Toko Mas Payung hanya pengisian kuesioner saja.

### 3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014).

Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Toko mas di Pecangaan, Jepara.
2. Minimal telah berdiri 5 tahun
3. Memiliki karyawan minimal 2 orang karyawan

4. Dipilih 2 orang karyawan tetap yang telah bekerja minimal 2 tahun. Untuk pengisian *open quest* dipilih 1 orang karyawan yang paling lama bekerja.

Berdasarkan pada kriteria tersebut maka sampelnya adalah 6 orang pemilik toko mas di Jepara dan 12 orang karyawannya yaitu tiap toko mas 1 pemilik dan 2 orang karyawan.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Santoso dan Tjiptono, 2010: 59). Data primer berasal dari kuesioner yang dilakukan pada responden, yaitu pihak pemilik dan karyawannya. Data primernya berupa hasil tanggapan pemilik dari penyebaran kuesioner. Sumber datanya berasal dari pihak pemilik dan karyawan toko mas.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan: Kuesioner dan Wawancara. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan penelitian ini. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 6 toko mas. Wawancara adalah merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan kepada 4 toko mas.

### **3.6. Skala Pengukuran**

Pengukuran data kuesioner ini menggunakan metode pengukuran Skala Likert (Sugiono, 2014), yaitu:

1. Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5.
2. Jawaban S (Setuju) diberi skor 4.
3. Jawaban N (Netral) diberi skor 3.
4. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor 2.
5. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi dengan menggunakan bahasa verbal dan tidak menggunakan angka (Umar, 2002). Analisis deskriptif menggunakan rentang skala: (Sugiyono, 2014)

$$RS = \frac{\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{\text{jumlah kategori} - 1}$$

$$= \frac{(5 - 1)}{2} = 2$$

**Tabel 3.3. Rentang Skala**

Variabel	Rentang skala karakteristik <i>Enterpreneurial Leadership</i>	
	1,00-3,00	3,01-5,00
<i>Able to motivate</i>	Rendah	Tinggi
<i>Achievement oriented</i>	Rendah	Tinggi
<i>Creative</i>	Rendah	Tinggi
<i>Flexible</i>	Rendah	Tinggi
<i>Patient</i>	Rendah	Tinggi
<i>Persistent</i>	Rendah	Tinggi
<i>Risk taker</i>	Rendah	Tinggi
<i>Visionary</i>	Rendah	Tinggi

**Tabel 3.4. Tabel Enterpreneurial Leadership Pada Pengusaha Toko Mas**

*(Able to Motivate)*

No	Keterangan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Saya dapat memacu semangat kerja karyawan saya untuk kinerja maksimal.													
2.	Saya dapat mengarahkan karyawan saya untuk bekerja dengan tepat.													
	Rata-rata:													

Cara perhitungan:

S = Skor, F = Frekuensi

Skor ditotal semua = Jumlah skor

Jumlah Skor / Jumlah responden = rata-rata skor

Apabila terjadi perbedaan hasil antara pemilik dan karyawan maka hasilnya akan dirata-rata untuk memperoleh hasil tengah antara pemilik dan karyawan untuk menarik kesimpulan. Misalnya: untuk variabel *able to motivate* pemilik menjawab 4 (Setuju) dan karyawan menjawab 3 (Netral) maka rata-ratanya adalah 3,5 hal ini termasuk dalam kategori tinggi. Yang berarti

karakteristik entrepreneurial leadership variabel able to motivate-nya termasuk tinggi. Begitu pula untuk variabel lainnya.

